

[資料]

調査実習の蓄積

Accumulation of the Information on a field study

光 武 幸

はじめに

商学部、特に流通コースにおいて学生と教員が一緒になって調査実習をはじめたのは、1987年の北見・網走地区での調査に始まる。翌年は函館調査、翌々年は旭川で、そして1990年は小樽調査であった。当初「地域総合講義」といったが、その後「商学調査実習」となり、経営学部発足に伴って「フィールド実践」と名を変えた。調査実習の目的は、学生たちが講義という受身の学習だけではなく、主体的に実践を通してコミュニケーションの力を付け、社会を知り、自分の考えを創出し、大学で学ぶことの意義を理解することであった。また学校と言う学びの場以外にも地域や企業の方々のお借りして学生たちの学びの量や質を深めることであった。

筆者は、1989年に札幌学院大学商学部に着任して以来、2013年度までの25年間において、学生との調査実習は海外での留研の年などを除いて、ほぼ毎年実施してきた。調査実習に参加した当初は、3年生を対象とすることが多かったが、年を経るとともに1年生の基礎ゼミや2年生の専門ゼミの中でも調査実習を行い、そして大学院生とも調査を行ってきた。これらの調査は、学生たちをより良く知り、教育を考える機会となり、また筆者自身がさまざまな経験をし視野を広げてきたと思っている。それは私のみならず、調査実習にかかわった多くの担当者に共通していることだと思われる。この資料の中では、調査実習を振り返り、毎年学生たちは何を考えて調査に臨み、何を理解し、どんな提言をしてきたのか。また企業を訪ねて何を知り、学生自ら考えるようになったのか。20年以上に及ぶ調査実習での様子や報告書の内容などの紹介を通して振り返ってみたい。

I. 調査実習の概要・推移

3年生を対象とした調査実習の推移を表1に示す。筆者が担当したものだけではなく、調査実習に参加した他の担当者の調査テーマについても記載す

る。それによって、商学部・経営学部がどのような教育を目指し、学生たちに何を学んで欲しかったのか、ある程度理解が可能かと思われる。ただ、1996年度の商学調査実習からは調査報告書が作成されるようになり、その後の調査に関しては全体像を把握できるが、それ以前に関しては各担当者のゼミ論集に収録されているので、すべての調査テーマや参加学生数などははっきりしない。

筆者がカリキュラム上の地域調査にはじめて参加したのは、赴任2年後の1991年度の室蘭調査であった。その前年の1990年にも調査を行っているが、それはゼミ活動としての函館調査であった。これがその後続く商学調査実習・フィールド実践科目の始まりになった。

1990年代においては、参加ゼミグループが同一地域で、ほぼ同じ時期に、各グループの調査テーマにそって調査を行っていた。1996年度からは流通コースに加えて、経営コースの教員が参加するようになり、1998年度からは本州での調査が取入れられるようになった。そして、2000年度に入ってから東京圏コースができた。調査地域の拡大は、各グループの活動内容によって取入れられたものであり、それは調査実習参加グループが同一地域で、ほぼ同じような時期に実施するという枠組みは崩れていったが、一方で、地域調査とはあまり関わりを持ってこなかった会計分野の担当教員が、新たに1名商学調査実習に参加する効果もあった。調査地域の拡大は、調査実習の活動成果を低下させるどころか、むしろ興味ある結果をもたらしたのではないかと思う。

本州調査を実施することによって、北海道出身の学生たちにとっては、北海道以外の地域に関して見聞を広げる大変良い機会となり、また2000年代初めまでは商学部には本州、特に東北出身の学生も多く、実施において彼らはゼミ仲間に地元を知ってもらい役割を積極的に担っていたと思われる。

2000年代後半に入り、東北6県が終わり、北陸地方の調査がなされる一方で、北海道で再度調査をす

表 1 調査実習の推移

年度	調査地域	調査のテーマ、参加学生数など	備 考
1990	小樽市	指導教員 5 名、参加学生約 70 人。 小樽経済（工業、商業、港湾、観光、流通）全般に亘る調査研究。（廣江、高原、杉本、山本、碓井）	
	函館市	ゼミ活動としての函館観光調査（光武）	
1991	室蘭市	指導教員 4 名、参加学生 41 人、 ・「地域商業（小売業の変容）」（杉本） ・「地域交通（港湾の変容）」（山本） ・「観光化についてのアンケート調査」（光武） ・「地域経済を支える個別企業の経営戦略」（碓井）	調査報告は各ゼミの論集に収録
1992	十勝圏	指導教員 7 名、参加学生約 70 人。 ・「帯広市経済と企業経営」（碓井） ・「帯広市におけるビジネスマンの意識調査」（碓井） ・「十勝圏の観光調査」（光武） ・「小売店経営実態調査」（杉本） ・「企業経営実態調査」	調査報告は各ゼミの論集に収録
	江別市	・「文京通りイメージ調査」（佐久間）	
1993	釧路圏	・「釧路市におけるビジネスマンの意識調査」（碓井） ・「複合商業施設のマーケティング～釧路フィッシャーマンズワーフの戦略」（碓井） ・「釧路の観光」（光武） ・「北海道根釧地区の物流・交流問題について」（山本）	調査報告は各ゼミの論集に収録
	江別市	・「大麻中町商店街『私の好きな店』アンケート」（佐久間）	
1994	苫小牧圏	指導教員 6 名 ・「地域振興としての住民マーケティング」（碓井） ・「ヴィガしらおいと白老町」（碓井） ・「苫小牧市におけるビジネスマンの意識調査」（碓井） ・「中心商店街の変化」（杉本） ・「苫小牧港の物流実態」（山本）	調査報告は各ゼミの論集に収録
	学内調査	ゼミ活動として「札幌学院大学満足度調査」（光武）	
1995	留萌圏	・「留萌港整備と物流」（山本） ・「留萌市の街おこしに関する意識調査」（碓井） ・「留萌の祭りについてのアンケート」（碓井） ・「羽幌・焼尻島の観光調査」（光武）	調査報告は各ゼミの論集に収録
1996	北網圏、函館、美瑛の 3 コース	指導教員 10 名、参加学生 112 名、10 テーマ <u>北網圏コース</u> ・「網走市の小売業の現状と今後について」（杉本） ・「空港整備と地域振興」（山本） ・「北見市における企業活動と市民意識調査」（三好） ・「網走市は一度来た観光客（リピーター）を呼ぶのにふさわしい観光地であるか」（光武） ・「スポーツによる街おこしマーケティング」（碓井） ・「北見と薄荷～現在、薄荷は何を語るか～」（藤永） <u>函館コース</u> ・「現代企業の環境適応～函館地区の事例から～」（児玉） ・「函館のハイテク産業」（榎守） ・「モラル・作業環境改善・製品開発と経営戦略～（株）東和電機製作所を事例として～」（高木） <u>美瑛コース</u> ・「美しい丘のまち美瑛町の景観～本通商店街のまちなみを中心に～」（佐久間）	商学調査実習報告書創刊号
1997	宗谷圏、十勝圏、富良野・池田の 3 コース	指導教員 8 名、参加学生 74 名、8 テーマ <u>宗谷圏コース</u> ・「宗谷地方の地場商品」（北原） ・「稚内小売業の現状と今後について」（杉本） ・「稚内の観光～現状分析から～」（光武） ・「稚内市の企業活動」（三好） ・「過疎地域の交通問題・離島の整備と地域振興」（山本）	報告会開催 1998/1/14 報告書有り

年度	調査地域	調査のテーマ，参加学生数など	備 考
		<u>十勝圏コース</u> ・「現代企業の環境適応～帯広市における小売企業の事例から～」(児玉) ・「十勝の『食』」(榎守) <u>富良野・池田コース</u> ・「ワイン事業での町おこし～富良野市と池田町～」(藤永)	
1998	根室圏，釧路圏，札幌圏，新潟圏の 4 コース	指導教員 10 名，10 テーマ <u>根室圏コース</u> ・「根室市調査」(藤永) <u>釧路圏コース</u> ・「釧路水産加工業における品質・衛生管理」(榎守) ・「現代企業の環境適応～釧路地域で健闘する 2 つの企業の事例から」(児玉) ・「釧路市について」(原) <u>新潟圏コース</u> ・「新潟県の地場商品」(北原) ・「上越市の商業調査」(杉本) ・「新潟県の伝統的産業と先端産業における熟練継承問題」(高木) ・「(株)東陽理化学研究所・スーパーイテコ・三条信用金庫調査」(三好) ・日本海側における新潟の交通，物流問題とこれからの展望」(山本) <u>札幌圏コース</u> ・カウボーイ・三ツ星レストランシステム・リライアブル調査」(河西) 光武グループ調査実習開講せず。	報告会開催 報告書有
1999	岩手圏，札幌・夕張圏の 2 コース	指導教員 10 名，参加学生 101 名，11 テーマ <u>岩手圏コース</u> ・「岩手県におけるまちおこしマーケティング」(碓井) ・「地場産品の商品特性」(北原) ・「低成長時代の経営戦略(盛岡市と釜石市の企業調査から)」(児玉) ・「北上市江釣地区の商業調査」(杉本) ・「伝統的産業と先端産業における熟練継承問題」(高木) ・「岩手県の道の駅～三つの機能からの評価～」(光武) ・「岩手県の企業活動と起業支援策」(三好) ・「地域における工業の立地と物流問題～岩手県北上地域を事例として～」(山本) <u>札幌・夕張圏コース</u> ・「(株)木の城たいせつ，(株)アレフ調査」(榎守) ・「木の城たいせつ～社会貢献企業の経営戦略～」(河西) ・「株式会社アレフ成長の鍵」(河西)	報告会開催 1999/12/18 報告書有 Video 有
2000	旭川・富良野圏，宮城県，東京圏の 3 コース	指導教員 7 名，参加学生 88 名，7 テーマ <u>旭川・富良野圏コース</u> ・「北海道の VALUE」(榎守) ・「現代企業の環境適応～道央・旭川圏の元気企業の事例～」(児玉) <u>宮城県コース</u> ・「祭りによるまちおこしマーケティング」(碓井) ・「宮城県多賀城市の商店街の現状」(杉本) ・「温泉が好きな若者を顧客として取り込むためにホテル・旅館は何をなすべきか」(光武) <u>東京圏コース</u> ・「伝統的産業と先端産業における熟練と技術」(高木) ・「首都圏空港問題について～東京国際空港の現状と課題～」(山本)	報告会開催 2000/12/25 報告書有
2001	石川圏，夕張圏，札幌・小樽圏の 3 コース	指導教員 7 名，参加学生 109 名，8 テーマ <u>石川県コース</u> ・「金沢の都市交通～悲しきかな古都金沢」(山本) ・「北陸新幹線～石川県金沢市に夢」(山本) ・「金沢の都市観光を考える」(光武) ・「石川県津幡町小売商業の総合的研究」(杉本) ・「先端産業と伝統産業にみる熟練～熟練の戦略化～」(高木) ・「地場産品の商品特性」(北原) <u>夕張圏コース</u> ・「夕張市の観光によるまちおこしの現状と課題」(碓井) <u>札幌・小樽圏コース</u> ・「がんばれ！マイカル小樽と小樽の商店街」(河西)	報告会開催 2001/12/22 報告書有

年度	調査地域	調査のテーマ，参加学生数など	備 考
2002	山形県，福島県の 2 コース	指導教員 7 名，参加学生 58 名，8 テーマ 山形県調査テーマ ・「地場産品の商品特性 将棋駒，ラ・フランス，紅花」（北原） ・「山形県の温泉～温泉旅館・ホテルにおける夏期および個人客に対する経営戦略～」(光武) ・商店街活性化について～蔵をいかした街づくり～」（光武） ・「山形の元気でがんばっている中小企業の秘密を探る 『提案型経営の〇社』『山形から世界を目指す食品メーカー S 社』『日本に拠点を置くニット産業 K 社』」（三好） ・「山形県山辺町小売商業の総合的研究」（杉本） ・「中小企業の実態と環境」（高木） ・「地方空港整備と地域問題」（山本） 福島県調査テーマ ・「食によるまちおこしマーケティング～喜多方ラーメンによるまちおこしの課題～」(碓井)	報告会開催 2002/12/21 報告書有 Video 有
2003	秋田県， 東京都の 2 コース	指導教員 7 名，参加学生 75 名，7 テーマで実施。 秋田県コース ・「地場産品の商品特性～秋田の地場商品～」(北原) ・「第 3 セクター鉄道の現状と課題」（山本） ・「秋田の産業資源を三つの方向から考える」（光武） ・「秋田県河辺町小売商業の総合的研究」（杉本） ・「道の駅によるまちおこしマーケティング」（碓井） 東京都コース ・「私たちの考える優良企業」（原） ・「持続的安定的可能性を持つ経営」（高木）	報告会開催 2003/12/20 報告書有 Video 有
2004	東京，青森県の 2 コース	指導教員 8 名，参加学生 51 名，8 テーマ 東京コース ・「安定的・発展的に持続する企業とは」（高木） ・「私たちの考える優良企業」（原） 青森県コース ・「青森県の地場産品の商品特性」（北原） ・「三内丸山遺跡の現状と課題」（光武） ・「青森県平内町小売商業の総合的研究」（杉本） ・「『道の駅』によるまちおこしマーケティング（碓井） ・「青森県の元気な中小企業」（三好） ・「東北新幹線八戸駅延伸のよる地域への影響について」（山本）	報告会開催 2004/12/25 報告書有 Video 有
2005	福 島，東 京 の 2 コース	指導教員 7 名，参加学生 104 名，9 テーマ 福島県コース ・「福島県における小売業マーケティング」（碓井） ・「福島県三春町小売商業の総合的研究」（杉本） ・「もう一度行ってみたい会津若松市・七日町～三者からできる町づくり～」(光武) ・「福島市の桃～販路拡大についての提案」（光武） ・「福島の中小企業の特徴Ⅰ．Ⅱ『うつわの岡崎，ホシ製作所，加藤鉄工，福島乳業』」（三好） ・「福島空港整備と今後の活性化に関する一考察～住民及び企業アンケートを中心として～」(山本) 東京コース ・「私達の考える優良企業～金融とモノづくりの融合～」(原) ・「墨田区とものづくり」（高木） ・「老舗と町場の経営から～「独創」する経営とは～」(高木)	報告会開催 2006/1/17 報告書有
2006	北海道(函館)，富 山県，東京，沖縄 県の 4 コース	指導教員 7 名，参加学生 94 名，8 テーマ 北海道コース ・「地場産品の商品特性～函館地域の地場商品～」(北原) ・「北海道新幹線整備と地域の交通・社会・経済 導入的調査研究」（山本） 富山県コース ・「富山の中小企業における特徴」（三好） ・「富山県射水市（小杉町）小売商業の総合的研究」（杉本） 東京コース ・「オリエンタルランド～夢と魔法の国～」(原) ・「墨田区は“区全体で生きている”」（高木）	報告会開催 報告書有

年度	調査地域	調査のテーマ，参加学生数など	備 考
		<u>沖縄県コース</u> ・「沖縄における野球独立リーグの創設と課題～スポーツによるまちおこしの事例研究～」(碓井) ・「沖縄県那覇市『国際通り』の現状と課題」(碓井)	
2007	新潟県，富山県，東京都，沖縄県，北海道（江別市，東神楽町）の 5 コース	指導教員 5 名，参加学生 55 名，9 テーマ <u>新潟県コース</u> ・「新潟県の中小企業調査『マコー(株)』『長岡歯車製作所(株)』『美の川酒造(株)』『安達紙器工業(株)』」(三好) <u>富山県コース</u> ・「越中和紙について」(光武) ・「とやま土人形について」(光武) <u>東京コース</u> ・「なぜ中小企業が元気か～竹内工業」(高木) ・「商店街の活性化は可能か」(高木) <u>沖縄県コース</u> ・「土産物による沖縄の観光マーケティング戦略」(碓井) ・「高校生のための e-learning による修学旅行事前学習プログラム」(碓井) <u>北海道コース</u> ・「東神楽町～消費動向まちづくり調査報告書」(河西) ・「コミュニティレストラン実証実験報告書」(河西)	報告会開催 2008/1/22 報告書有り
2008	北海道，東京，沖縄県の 3 コース	指導教員 3 名，参加学生 45 名。6 テーマ <u>北海道コース</u> ・「大麻コミュニティレストラン」(河西) ・「リサイクル事業」(河西) ・「ニセコ地域のビジネス調査」(河西) <u>東京コース</u> ・「中小企業の今」(高木) ・「まちの見直し」(高木) <u>沖縄コース</u> ・「名護市と北海道日本ハムファイターズ」(碓井)	報告会開催 2009/1/8,15 報告書有り
	奥尻島調査	ゼミ活動として実施 (光武)	
2009	北海道，広島県，沖縄県の 3 コース	指導教員 3 名，参加学生 33 名，3 テーマ <u>北海道コース</u> ・「下川町におけるビジネス成功の鍵」(河西) <u>広島県コース</u> ・「地域金融機関の中小企業金融」(三好) <u>沖縄県コース</u> ・「沖縄県道の駅による地域活性化の現状と戦略」(碓井)	報告会開催 2009/12 報告書有り
	上海調査	ゼミ活動として実施 (光武)	
2010	北海道(積丹)，東京，新潟県，大阪，沖縄県の 5 コース	指導教員 6 名，参加学生 62 名，6 テーマ <u>北海道コース</u> ・「積丹町におけるビジネス成功の鍵」(河西) <u>東京コース (大阪含む)</u> ・「墨田区の地域活性化～人づくり・経営・地域の価値観～」(高木) ・「アジア圏に進出している日本企業に投資して稼ぐ」(玉山) ・「変革期の日本の空港行政～転換期の基幹空港整備における関空・成田・羽田の動向について考察する～」(山本) <u>新潟県コース</u> ・「地域金融機関の中小企業金融と街づくり」(三好) <u>沖縄県コース</u> ・「地域に支えられ，地域を元気にする沖縄の高校野球」(碓井)	報告会開催 2010/12 報告書有り
2011	北海道，東京都，群馬県，長崎県，沖縄県の 5 コース	担当教員 12 名，参加学生 147 名，12 テーマ <u>北海道コース</u> ・「石狩市浜益区の地域活性化戦略～B級グルメ，ハマコンで地域活性化～」(河西) ・「札幌市の都市交通と LRT～札幌市の LRT 化～」(山本) ・「動物園・水族館経営の現状と課題」(児玉) ・「ふらの演劇工房のマネジメント」(小島) ・「サフォークとサンピラーのまち」(北林) ・「ニセコ町・倶知安町 訪問調査」(赤羽)	報告会開催 2011/12/17 報告書 CD

年度	調査地域	調査のテーマ，参加学生数など	備 考
		<u>東京コース</u> ・「日本の証券取引・為替取引の実態」(吉川) ・「持続発展可能性を持つ経営とは」(高木) ・「砂に埋もれた可能性～アフリカ進出企業への投資～」(玉山) <u>群馬県コース</u> ・「群馬県の絹産業および産業遺産についての調査」(光武) <u>長崎県コース</u> ・「協同組織金融機関の今後のあり方」(三好) <u>沖縄県コース</u> ・「沖縄観光における情報収集の実態と活性化戦略～那覇市での観光客アンケート調査を通して～」(碓井)	
2012	北海道，東京，中京圏，広島県，沖縄県，上海の6コース	担当教員12名，参加学生152名，13テーマ <u>北海道コース</u> ・「北海道新幹線開業の事前調査」(赤羽) ・「浦河町中心市街地活性化の調査」(河西) ・「根室地域の産業と金融」(北林) ・「霧多布湿原ナショナルトラストのマネジメント」(小島) ・「「えべんちゅ」フリーペーパープロジェクト」(山本) ・「企業がスポーツチームを持つ意味 ～事例 六花亭製菓株式会社～」(山本) <u>東京コース</u> ・「日経 STOCK リーグ」(玉山) ・「地域と企業の力量～持続的発展可能性のある経営～」(高木) ・「企業の為替リスクについて」(吉川) <u>中京圏コース</u> ・「日本の繊維産業はこのまま衰退してしまうのか～一宮市，岐阜市の繊維産業調査～」(光武) <u>広島県コース</u> ・「共同組織金融機関のあり方～一信用組合の生き残りについての一考察～」(三好) <u>沖縄県コース</u> ・「行動観察と店舗観察によるマーケティング戦略」(碓井) <u>上海コース</u> ・「上海日系企業の経営戦略」(児玉)	報告会開催 2012/12/22 報告書 CD, web
2013	愛知県，東京都，北海道（浦河，江別，札幌），沖縄県，岩手県，宮城県	指導教員9名，参加学生101名 <u>東京コース</u> ・「アペノミクスが抱える問題点」(吉川) ・「今後の信用組合の方向」(三好) ・「日本において今後必要とされる金融リテラシーについて」 ・「金融の証券化について」(玉山) ・「ブレない経営理念～持続的発展可能性のある経営」(高木) <u>愛知県</u> ・「愛知県の食品産業」(光武) <u>北海道</u> ・「札幌市における公共交通の再生について」(山本) ・「地域資源を有効活用したマネジメント～(株)ニッコーと釧路市動物園の事例から～」(児玉) ・「浦河町大通商店街 商業者調査の結果」(河西) ・「学生に向けて『ふるさと納税』における広報活動の提案」(碓井) ・「ボランティア活動を通したえべつ北海鳴子まつりの実践研究」(碓井) <u>沖縄県</u> ・「沖縄のお土産店に関する意識調査」(碓井) <u>宮城県・岩手県</u> ・「東北ポスター展の企画と開催」(碓井)	報告会開催 2013/12/21 報告書 Web 掲 載 予定

(注) 1990 年から 1995 年までの調査については，手元に得られたゼミ論集や調査を取上げた新聞記事等をもとに記載した。報告会開催日は確認できたものについてのみ記載した。
 調査結果についての新聞記事は，主に碓井グループの調査が取上げられている。

るグループや北海道の地域振興に学生目線で携わるグループなど、調査実習は少し姿を変えてきたと思われる。その後さらに沖縄県調査や関東および東海地方、広島県や長崎県での調査なども設定され、従来にも増して調査地域が拡大した。また 2010 年度からは会計ファイナンス学科の教員が更に数名加わり、2011、2012 年度の調査では指導教員が 12 名、参加学生が 150 名前後になるなど調査実習は学部において重要な位置を占める科目に名実ともになったと言える。

調査規模の拡大は、調査実習に参加しているグループの調査地点やテーマが、調査報告会が開催される 12 月末まで共有されにくくなったのは事実である。しかし、ゼミ生たちによって他グループでの活動状況をゼミ担当者が漏れ聞くことはしばしばあり、また担当者同士の立話からそれなりに調査実習を把握していたのではないと思われる。

調査実習の最大のイベントは報告会である。調査に参加した各グループが一堂に会しての報告会が行われるようになったのは、1996 年度からではないかと思っている。毎年 12 月下旬の土曜日から年明けの 1 月中頃に 1 日を使って実施されてきた。朝 9 時 10 分に始まり午後 4 時過ぎに終了するが、冬のため、終了時にはいつも外は暗くなっている。最初、E 館の大きな講義室であったが、その後、G 館のホールに移り、現在再び D 館ないし E 館で行なわれている。この間に、コンテスト形式も取り入れられ、教員と学生の審査で最優秀賞などが決められ賞品も提供されたが、2～3 年で予算との関係で廃止された。

調査実習の記録が、学部のカリキュラムの歴史として残されるようになったのは 1996 年度からである。商学調査実習に参加したすべてのグループの発表をまとめて 1 冊の報告書にしたのは、写真 1 に示した表紙が黄色の『商学調査実習報告書 1996 年度創刊号』（総ページ数 87 頁）からである。それ以前の調査については、前述したように各担当者のゼミ論集として報告がなされている。創刊当初は B 5 判であったが 1999 年度の調査報告書から A 4 判に変更され、2011 年度からは電子版となり、CD に収録されて配布されている。2013 年度からは web 版をメインとすることが決まっている。1 冊の報告書になっている年度については、各グループが取り組んだテーマも表 1 に記載した。

報告会の様子は、数年間ビデオに収録され各担当者に配布されていた。今、手元に 1999 年度から 2003 年度までのビデオは存在するが、それ以降のものがないことを考えると、2003 年度を最後にビデオ撮影



写真 1 報告書創刊号の表紙

は止めたのだと思う。ビデオを撮影した経験からいうと結構大変な作業であった。しかし、ゼミの後輩たちが報告会の様子や報告内容を知るには、この上なく参考になるものであり、撮影を止めたことは今になって残念にも思っている。

学生話を聞くと、報告会は緊張するという。報告会の前日は結構夜遅くまでかかってプレゼンのためのパワーポイントづくりをしていた。IT 化が急速に進んだ時代ゆえ、報告会ではいち早くパワーポイントが取り入れられ、しかも年を追う毎に、プレゼンのセンスも上がり、また動画も登場するようになった。報告会が近づくと、いつの時代もこれこそが大学生だと思わせる姿をゼミ生たちは、見せてくれる。その姿を見ているせいか、報告会の時間を聞くと、長いと思うが、実際に報告会に出席すると、筆者は一度も学生の報告を長いと思ったことはない。不思議と時間の長さを感じさせない不思議な科目だと思う。学生たちの報告には熱意が感じられ、努力することの素晴らしさを学生自身が体現しているからである。

II. 調査で何をし、何を考えたのか

これ以降は、筆者が担当した調査に限定されるが、調査の概要を述べ、調査を通して学生たちが何を学び、どう考え、結論付けたのか、いくつか取り上げて簡単に紹介したい。

1. 1991 年度の室蘭観光調査

室蘭調査から光武グループは地域調査のメンバーとなり、他のグループと歩調を合わせながら調査を

始めることになった。当時はこの調査実習に参加するグループは、全学生・教員一緒になって調査地に出かけ、地域の概要について自治体の方々から説明を受ける形であった。室蘭調査においても室蘭市役所や室蘭商工会議所の職員から全員で話を伺った。当時は今と異なって調査を大々的にカリキュラムに取り入れた大学は道内ではなく、市役所、商工会議所での説明風景には新聞社も来て写真撮影が行われ、北海道新聞や朝日新聞、室蘭民放にも紹介された（各社 1991.9.12 の新聞）。これに先立つ 1991 年 8 月 18 日の室蘭民報に事前調査で訪れた 4 人の教員からの話の内容をもとに次の様な記事がみられる。「市などの関係者は、これまでの室蘭地域における経済、観光調査とは違った観点での研究結果から、市の活性化に向けた最新の資料として活用できるのではないかと調査に期待している。」とある。

光武グループでは前年の 1990 年に、ゼミ活動として函館で観光調査をしたこともあり、室蘭においても観光調査をすることになった。室蘭は工業都市として発展してきたが、地球岬や金屏風などの室蘭八景に代表されるような美しい海岸線を有する自然観光資源にも恵まれている都市である。しかし、重工業都市として栄えてきた歴史から脱皮できず、観光をまったくと言って良いほど無視しているのではないかと思われたからである。

1991 年 9 月 11 日～13 日に調査を行った。自治体でのヒアリングおよびフェリー会社の待合室、地球岬、水族館で観光客・地元民へアンケート調査を行った。この年は前年度の函館での観光調査同様、ゼミ論集をまだ作成しておらず、結果は残っていない。当時、室蘭市が出した「室蘭ボルカノベイ・マリニジャー構想」には、噴火湾リゾートエリアの拠点としてマリナーを核とした大規模な海洋レジャー基地づくりを構想していたようであるが、白鳥大橋もまだ完成しておらず、室蘭全体が寂れた感じのまちであった印象が残っている。

2. 1992 年度の十勝圏調査

農業国十勝であり、観光に力を入れなくても十勝は十分にやっていけると考えている人たちは多いと思われるが、観光の視点から見ても見過ごせないところと位置付けていた。北海道でも稀に見る広大で美しい景色を有する十勝圏、そしてテーマパークが日本全国あちこちに造られていた時代に、十勝の地にも帯広空港近く、グリュック王国が 1989 年誕生した。そこでグリュック王国をはじめ、千代田堰堤や八千代牧場、池田のワイン城などの観光スポットに

おいて十勝観光について、観光客や地元の人たちに対してアンケート調査を実施した。ここではワイン城でのアンケート調査の結果を紹介したい。

北海道のワインと言えば十勝ワインが真っ先に思い浮かべられるほどであるが、観光資源としてどういう位置づけにあるのかを知るために、学生たちは池田町で 190 人の地元住民と観光客にアンケート調査をしている。それによると住民のほぼ 6 割、観光客の 5 割程度が十勝ワインは世間にアピールされているとする一方で、観光客の 3 割がアピールしているのかどうか分からないと答えている。自治体が音頭をとって始まった十勝ワインであり、池田町は積極的にもっとアピールしたいところであるが、他の酒造メーカーとの関係もありワインだけを自治体がアピールするには課題も多いというヒアリング結果が記載されている。そしてワインをアピールするためにワイン祭りを毎年実施しているが、残念ながらこれに参加した観光客は 2 割にも満たないという。一方、ワインそのものについては、ワインの味に星を付けてもらうことで評価をしている。星をつけるにはワインを飲んだ経験が必要になるが、調査対象者の 5 割以上が十勝ワインの飲酒を経験し、そのうちの 40% の人たちが 3 つ星以上の評価をなした。

ワインが池田町のイメージを形づくっていることは、実際に池田町に来て感じた印象とあまり乖離がないことをアンケート調査から明らかにし、これからは十勝の他の地域や阿寒を含んだ広域観光圏の一地域として、ワインの里としてアピールすることが必要との考えを打ち出している。

3. 1995 年度の羽幌・焼尻島の観光調査

当時羽幌町の海岸にはサンセットビーチがつくられ、温泉宿泊施設「サンセットプラザはぼろ（現：はぼろ温泉サンセットプラザ）」の人气が新聞などで報道されていたことがあって、羽幌の観光調査になったと記憶している。

調査は二つのグループに分かれて、羽幌町と焼尻島で行った。羽幌の町で観光について調査をした例はあまり多くはないらしく、役場での説明をはじめとして対応はとても親切であった。その話の中で、今でも思い出すのは、羽幌は市にならなくて良かったという市職員の話であった。炭鉱があったことで羽幌には市に昇格できるギリギリの住民がいたが、積極的に市になる活動をしなかった。もし、市になっていたら、人口減少を食い止めるために神経をすり減らさなくてはならなかったし、空知の多くの炭鉱まちのように閉山による人口減少によって寂れたま

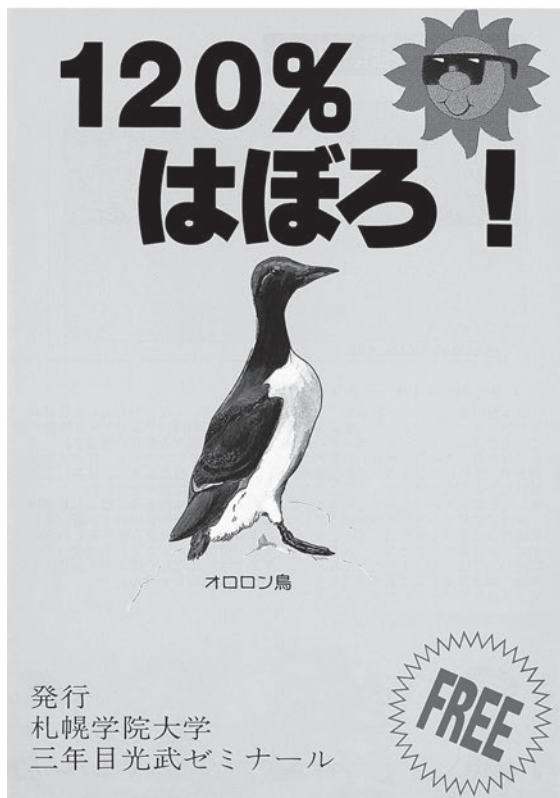


写真2 ゼミ生作成の羽幌観光ガイドブック「120%はぼろ！」

ちを曝していただろう、というものであった。調査で訪れた時、羽幌町も観光で街づくりを意識した取り組みを行っていたのは確かであるが、すこし余裕を感じたのは、市ではなく町のせいかもしれない。この年の調査は羽幌・焼尻の観光をテーマとしていたが、町内は足の便が悪かったので、観光スポットを理解してもらうために言うことで、町役場はマイクロバスを使わせてくれるなど随分とお世話になった。

羽幌・焼尻調査の結果は、ゼミ論集というかたちではなく、B6判14ページ、カラーの観光ガイドブック「120% はぼろ！」(写真2)に姿を変えたことである。観光スポットを学生たちの視点で調査をし、写真の代わりに自らが絵を描き、それに文章を付け加えて作り上げられた。手書きの地図も添付され、いま見てもツールの利用に十分耐えられるものであったと思う。ゼミ論集作成の予算を使って200部を印刷して札幌駅をはじめとしていくつかの場所においてもらった。誰かの役に立ったであろうと思っている。

4. 1996年度の北網圏調査

北見・網走における観光となれば、人々の脳裏に浮かぶのは網走番外地・刑務所とオホーツクの流水

である。この年の観光調査は網走市内および郊外の観光スポットに目を向けて、網走の観光の魅力や課題を探るものであった。1960～70年代にカニ族といわれる若者の旅行で満ち溢れた地域も、調査当時、網走観光はあまり魅力のないところであった。そこで、調査は「網走市は一度来た観光客(リピーター)を呼ぶのにふさわしい観光地であるか」というテーマで、9月4日から9月7日まで、博物館網走監獄、オホーツク水族館、オホーツク流水館、北方民族博物館、サンゴ草群落などで観光客、網走市民、観光施設に対してアンケート調査を実施した。その結果を紹介したい。

この調査では網走のイメージをはじめとして、自然観光資源や観光施設の評価を行い、また観光客目線から網走観光の満足度向上のための提言をしている。網走のイメージは自然が豊かであると捉えられているが、それは最果てでさびしい感じでは必ずしもない。また流水という大きなイメージがあるが、調査が9月に行われたせいか、その時期の網走には流水のイメージは感じられなかったという。流水博物館の流水に、網走＝流水のイメージをもたらしほどの力はないと結論付けている。またオホーツク水族館には「流水の天使」として有名な「クリオネ」が飼育展示されているが、ここでしか飼育されてい

ない「クリオネ」を如何に活かして集客するかという視点がないのではという。オホーツク水族館＝クリオネのイメージを作ることが必要だという。また、網走観光の足、道案内を担う交通整備や標識、市内地図に関しては、かなり厳しい意見を言っている。それらを充実しなければ、若者が多く訪れる網走観光は、観光客満足は得られないし、リピーターになることも難しいと結論付けている。

5. 1997 年度の稚内調査

羽幌よりもさらに北の稚内での調査は、1997 年 8 月に行われた。最果てのイメージが定着している稚内には、その最果て感を満喫するために訪れる観光客も多い。それだけではなく、当時、ロシア特にサハリンとの関係がクローズアップされるようになり、国境の町を訪れるロシア人についても調査をしたいという学生たちの強い要望があった。

「稚内観光の現状に関する調査」というテーマのもと「観光に関する情報発信」「観光施設について」「行政の観光振興に対する取組み」「稚内市内におけるロシア人について」という 4 つの側面から、宗谷岬、ノシャップ岬、稚内公園、北防波堤ドーム、稚内駅の 5 か所でアンケート調査を行った。日本人観光客 270 人、ロシア人 38 人から回答が得られた。調査結果をみると、約 8 割の回答者の稚内のイメージは「北の最果て」であった。港町であり、食べ物おいしいはずであり、また宗谷丘陵に代表される雄大な景色を有しながら、そのようなイメージは強くなく、「北の最果て」のイメージしか出てこないのでは、観光地として物足りないように感じる。これは情報不足が原因かもしれないと分析している。観光スポットの満足度についても宗谷岬以外は高くなく、それは宗谷岬以外の観光スポットを訪れる旅行者の数が少ないことが原因ではないかと推察している。ここにも情報発信の少なさを指摘している。

またロシアについては、稚内港にはロシアからカニを積んだ漁船が数多く入港し、またサハリン航路を有することからロシア人の稚内来訪者数は年間 5 万人程度である。そこで調査では、稚内市にやってくるロシア人の稚内経済に与える影響を考え、商店街での買物やロシア語の店の看板などについても調査をした。ロシア語によるアンケート調査では、商品の質や量については、ロシア人から高い評価を受けているが、稚内市民のロシア人に対するホスピタリティマインドについては批判的な見解を述べている。ロシア人に対してもっと親切な対応をすべきという。

調査後、ロシア人へのアンケートについてのゼミ生たちの感想があった。アンケートをはじめた時は体が大きく威圧感を感じたが、慣れると気さくな感じがするし、稚内市民が自分たち（ロシア人）に話しかけてもくれず、さびしいと言っていたのが印象的であったという。

この稚内調査の結果は、ゼミ生の一人が「稚内観光の現状に関する調査」というテーマで web に載せてあるので、だれでも自由に見られる。

6. 1999 年度の岩手県調査

1998 年から本州での調査が始まった。新潟県で実施された昨年度の調査には留研で不参加だったので、今年度の岩手県調査が、私のグループにとっては初めての本州調査になった。

調査テーマの設定には、1993 年に創設された「道の駅」を取上げ、道の駅がもつ三つの機能「休憩機能」「情報交流機能」「地域連携機能」を、同じ岩手県内でも地域によって三つの機能に特徴があるのかを検証し、また冬季の利用者確保のための解決策を探ることであった。岩手県を北部、中部、南部に分けて、石鳥谷、区界高原、紫波、西根、宮守の 5 町村で、8 月 2 日～5 日にアンケート調査およびヒアリングを行った。

三つの機能のうち「地域連携機能」の役割として特産品の販売やそれらを利用した食事の提供や、またイベントやまつりの開催等と捉えると、各駅の特徴は、この機能をどう活用するかによって駅の個性が出ることを明らかにしている。たとえば「南部牛（赤ペコ）の故郷にある峠の駅」（区界高原）とか「岩手山・溶岩流の里赤松どおりふれあいの館」（西根）のように、道の駅には冠がつけられ、地域の特徴が示されている。しかし「地域連携機能」は、地元民と旅行者では把握の仕方に乖離があり、旅行者にこの機能が良く伝わっていないという。「情報交流機能」については、観光情報の入手場所として旅行者に捉えられてはいるが、その割合は 1 割程度であり、この機能はあまり活用されていないのではないかと。結論的には、「休憩機能」は良く伝わっているが、「情報交流機能」「地域連携機能」は、道の駅によってかなり違いがあると学生たちは判断している。

予備調査でこれらの道の駅を訪ねてみると、交通の便が大変不便であったりもしたが、本調査を実施した。学生たちは不平も言わず（私の耳に届かなかったかもしれないが）調査を行っていた。その気持ちを汲んでくれたのか、訪ねた道の駅の駅長さん

からはドライバーの方々に、調査協力をお願いをして戴いたり、お土産をもらったりと温かいお心遣いを戴いた。

7. 2000 年度の宮城県調査

この年の商学調査実習は北海道、東北、東京の 3 コースに分かれていた。光武グループは宮城県コースにおいて「温泉が好きな若者を顧客として取り込むためにホテル・旅館は何をなすべきか」というテーマで調査実習に臨んだ。

調査の概要は以下のようなものであった。参加学生 12 名、調査期間は 8 月 1 日から 4 日であった。調査温泉地は秋保温泉と鳴子温泉の 2 か所であり、事前調査として札幌の奥座敷・定山溪温泉の観光協会にてヒアリングを行った。

調査の目的は当時、全体的に温泉地への旅行が下火になってきているといわれる中、特に若者の温泉地への旅行が少ないのは、若者が温泉を嫌いだからなのか、あるいは温泉地のホテル・旅館が若者を取り込む経営戦略に問題があるからなのか、という問題意識のもとで「若者の温泉に対する考え・価値観をアンケート調査により明らかに」し、さらに「ホテル・旅館の経営戦略を明らかにする」という 2 点であった。

この目的を達成するために、仙台駅前で 216 名の若者にアンケート調査を行い、さらに 2 つのグループに分かれて秋保温泉で 9 軒、鳴子温泉で 6 軒のホテル・旅館でヒアリングおよび事前に郵送しておいたアンケート票の回収を行った。

その結果は、アンケートに回答した若者の 70% は温泉が好きと答えている。若者は温泉を嫌いなのではなく、温泉好きな若者がいるのに集客できないのは、ホテル・旅館側の顧客（若者）に対する経営戦略に問題があることを指摘したことである。秋保温泉の高級旅館は別にして、秋保温泉も鳴子温泉の宿泊施設でもすでに峠を過ぎた団体客相手の戦略しかなく、若者は温泉地におけるターゲットの外に置かれていたのである。調査の結論を読むと、若者は 15,000 円程度までなら温泉地で宿泊料金として支払っても良いと考えているにもかかわらず、ホテル側は若者を金と暇がない層ととらえ、しかも若者が親睦のために温泉地に行くのに、その目的さえも理解していない。だから若者のニーズを満たす設備さえも整えていないのだという。若者をターゲットとした娯楽施設等の充実や朝夕の食事のサービスの検討、日帰り入浴を積極的に推し進めるなど、今では結構取り入れられているサービスを 1999 年の調査

で提案している。

若者へのアンケート調査は、8 月の暑い日、仙台駅の許可をえて駅前歩道で行ったが、ゼミ生全員で高校生から大学生、若い人たちに声をかけて回答してもらっていた光景は忘れられない。

8. 2001 年度の石川県調査

石川圏調査に参加した教員は 5 名、学生 66 名であり光武グループは「金沢の都市観光を考える」という大きなテーマのもとサブテーマを三つ設定して、9 月 27 日から 9 月 30 日、3 泊 4 日で調査を行った。サブテーマは金沢市堅町商店街を例にして「商店街における 21 世紀の都市観光のあり方」を検討するものであり、二つ目は「和菓子が観光資源になるためには」そして「金沢市の都市観光におけるリゾート施設の役割」であった。

振り返ってみると、2005 年までは、学生たちに結構きつい量のアンケート回収数を要求したが、この年も「商店街」「和菓子」調査では各 7 名程度で 100～200 票を集め、しかも店舗でも話を聞くなど、学生たちはまだ暑さの残る中で、不平も言わず黙々とアンケートをとっていた。今思っても頑張ってたと思う。

若者をターゲットとしたまちづくりに成功している堅町商店街は、全国から注目を集める場所であり、また隣には流行しだした TMO 施設があり、調査場所としては面白いところであった。調査結果には、堅町商店街は若者をターゲットとした商店街であり「新鮮さがあり、娯楽の場、観光の場、癒しの場としての魅力も持っているが、この魅力は若者向けである」と指摘している。したがってこれからは移ろいやすい若者だけではなく購買層の拡大を図るために、兼六園等からの観光客を引きこむ新しい都市観光を考える場所になることだ、という。そのために観光スポットを繋げる「面づくり」をすべきであり、TMO 施設をもっと活用すべきだという。

また、金沢は和菓子の美味しいところであるが、この点はあまり観光客に認知されていない。堅町商店街には多くの若者（観光客を含めて）がやってくるので、この商店街と和菓子店が協力することで、和菓子の若者への浸透を図る案が提案された。それは最中と能登の栗をベースにして抹茶チョコレートでコーティングしたチョコレート（能登栗チョコレート）を和菓子店が作り販売することで、若者へ和菓子をアピールすることになるという。報告会ではカラーで映されたので、関心を持ってくれたのではないかと思う。

この提案にはおまけが付いていて、翌年になってこのお菓子に関心を持った福井県のお菓子屋の大学生が、卒業論文に取上げたいと私に電話をかけてきたことがある。もしかすると北陸のどこかの町で、この商品がつくられているかもしれない。

9. 2003 年度の秋田県調査

秋田の産業を「酒」「麺」「観光」という三つの視点から捉え、米どころ秋田といえば酒は「清酒」、高級麺として名高い「稲庭うどん」、そして七つもの温泉をひとつのエリアに有する乳頭温泉郷を「秘湯」の側面から取上げて調査を実施した。夏休み中の9月7日から10日の3泊4日、3グループに分かれて調査が行われたが、調査地点同士はどこも離れた田舎にあった。この不便さを補ったのが、金沢調査から使い始めた携帯電話である。学生の調査の様子を知るのにとっても有効であり、心配事を減らしてくれた。

この調査ではヒアリングとアンケートの回収が同時に行われた。事前に調査対象にアンケート票を送付し、ヒアリングの時にアンケート票を回収し、また秘湯の調査では田沢湖駅前や7つの温泉宿泊所前で観光客110名にアンケートをしている。

そこで、「利用者と経営者の求める秘湯の分析」について少し紹介をしたい。乳頭温泉郷は「鶴の湯温泉」「孫六温泉」「大釜温泉」「蟹場温泉」「妙乃湯温泉」「黒湯温泉」「休暇村田沢高原温泉」の7つの温泉から構成される。あえて「秘湯」というには、温泉地とは異なる何らかのものがあるはず。そこで秘湯のイメージとは何か。利用者側と温泉側に自由回答形式で書いてもらったイメージにテキスト解析を行っている。その結果をみると利用者側では「癒し」「自然」「健康」「素朴」「神秘」の5つの指標に代表され、各指標はいくつかの項目から構成されている。たとえば「自然」とは「緑に囲まれている」「山奥」「のどか」といった具合である。温泉側では「自然」「癒し」の指標がイメージの代表であった。秘湯は温泉の中でも、特に、自然に恵まれ、自然とともにあり、癒しの場所と学生たちは位置づけた。

また、温泉側が秘湯を意識した経営戦略をとっているのかどうか調査したところ、意識している温泉は2か所のみであった。秘湯を意識する鶴の湯温泉は、秘湯を武器に積極的にPR活動をしている。その結果として来訪者が多く、秘湯のイメージからかなりかけ離れたものになっていると位置付ける。秘湯を意識すると答えた一方の孫六温泉は、PR活動はあまりしていなく、秘湯を意識するからこそ秘湯を

昔のままの状態を守っていきたいという考えを持ち、昔のままの施設で、秘湯の風情を楽しみたい人だけに来てほしいからこそ、秘湯を意識するのだと結論付けている。

秋田県調査を振り返ると、札幌市内での事前アンケート調査から始まり、各サブテーマのデータ分析においてテキスト解析をしたり、SWOT分析を用いたり学生たちの頑張りを反映するようにスマートになされている調査実習であった。

10. 2004 年度の青森県調査

この年の調査は、担当者のアンケート調査に関する考え方を大きく変更させた意義深いものであった。アンケート調査をするには少なくとも10人のゼミ生が必要と、調査実習に参加してからは常に思っていた。ところがこの年度の3年生は4人しかいなかった。しかもそのうちの1人は、フィールド調査に参加することができず、アンケート調査は3人で行なった。不参加の学生は単位が認定されなくても、ずっと3人に協力してゼミ活動をしていたことは、私の心を豊かにするものであった。

青森県では「三内丸山遺跡の現状と課題」というテーマで、9月10日から13日まで調査を行った。県財政の厳しい中、三内丸山遺跡の無料開放がこのままでよいのか、あるいは有料化にした場合、吉野ケ里遺跡のように、急激に入場者の減少をもたらすことになるのか。まず現状を把握して問題点を浮き彫りにし、それを踏まえて有料化を考える方法をとった。そこで、三内丸山遺跡にやってくる訪問客を対象にアンケートを実施した。丸2日半、学生たちはアンケート取りをしていた。

アンケートでは、三内丸山遺跡を訪れる人が、どこを主に見学するのかを明らかにした。その結果、遺跡内施設である縄文時遊館は、多くの訪問客が素通りする施設であり、遺跡自体が見学場所であった。そこで有料化を考えると、弘前城公園有料化においてどのようなことが起こったのかを理解して次のような結論を導いた。弘前城公園において有料化したところには、人は無料の時ほど入場しない。したがって有料化にすると、たとえ見学施設におけるコアのところであっても人が訪れなくなる可能性があることを指摘し、有料化は望ましくないという結論を導き出している。

青森調査は、少ない人数でもアンケート調査ができるし、分析もできる、ということを証明してくれた調査であった。この年を境に、ゼミ生が少ないことを密かに願うようになった教員である。

11. 2005 年度の福島県調査

この年度で東北 6 県の調査がすべて完了した。光武グループでは、東北調査の最後を福島県で二つのテーマのもとで行った。二つ以上のグループに分かれて、二つ以上のテーマを設定するときには、大きなテーマのサブテーマとなるように意識してきたが、福島県調査では独立したテーマになってしまった。ひとつは会津若松市のまちづくりであり、もうひとつは福島県を代表する果物・桃を取上げた。会津若松のまちづくりの方を簡単に紹介したいと思う。

会津若松市の中心市街地・七日町は他の市の中心市街地同様、衰退が激しく人通りもまばらであった。これを何とかしようと立ち上がった人(TMO「株式会社まちづくり会津」のリーダー)の存在が七日町を徐々に変化させていくことになるが、そのことを地元住民がどう認識し、それに対してどのような協働をしてきたのかを明らかにする調査であった。

アンケート調査には 208 人の回答がえられたが、地元住民も観光客も TMO の活動の認知は低く、また地元住民はホスピタリティの心でもてなす「4つのどうぞ運動」の活動でさえ認知度が低く、会津若松市民は観光客を迎え入れる体制に関心がないことをあげている。まちづくりには強力なリーダーの存在は欠かせない。リーダーがいるからこそ、七日町の通りは蔵や歴史的建造物を活かしたまちづくりに成功したが、それだけでは駄目で、住民、まちづくり会津、商工会議所、商店等が協力してホスピタリティ溢れる七日町にしていかなければ、ここまで観光客は足を運んでくれない。会津若松と言えば鶴ヶ城や白虎隊にかかわるものを見て終わりになるだろうと危惧している。

最後に一言：福島空港は福島市や会津若松市に行くには不便であり、郡山市に行くためのもの。福島、会津若松に行くには仙台空港が便利である。

12. 2007 年度の富山県調査

2007 年度の商学調査実習の調査地点やテーマをみると、2005 年度までの調査実習のスタイルとは少し違いが出てきていることが読み取れる。商学調査実習の担当教員が意見交換して、調査スタイルを変えたのではなく、ゼミ活動内容の違いがもたらしたものである。地方自治体の地域活性化事業に学生を参加させ、調査結果から何らかの提言をし、地域に貢献するというプロジェクト型がこのときから始まったと捉える事ができる。一方で、従来型の調査

は、フィールドに出て、地域や企業の方々から様々な「学ばせていただく」という立場を踏襲するものであり、学んだ結果として何らかの提言ができるというのと考える調査である。もちろん、学ぶことによって、社会をみる目が少しでも広がり・豊かになり、理解する力が付くのであれば、特に提言ができなくても良いとする調査である。

光武グループが富山県で行った調査は、後者の考え方に基づく。富山の伝統産業「越中和紙」と伝統的工芸品「とやま土人形」を取上げて、その現状を知り、伝統産業を絶やさないために若者の視点から何か提案できないか、探ることであった。和紙は市場規模としては小さい産業であったが、安価なアジアからの和紙の輸入によって、越中和紙は大打撃を受け、それでも高級和紙や型絵染加工品制作などへの方向転換を通して再生・生き延びを図ってきた企業の存在を直に知ることであった。実際に和紙づくりを体験し、その魅力に触れた学生たちは、和紙の衰退を何とかくい留めたい、という気持ちになったという。和紙をそのまま市場に出すのではなく、高級和紙の型絵染加工品の新製品の提案し、また和紙と芸術家とのコラボで和紙の魅力を高める方法などを提案した。

付け加えるなら、越中和紙のふるさと富山市八尾は越中おわら節の里でもあり、このお祭りを若者に知ってもらえる機会となったことにも意義があると思う。

13. 2008 年度の奥尻島観光調査

2008 年 7 月 13 日～15 日、2 泊 3 日で奥尻島の観光調査を実施した。学生たちが奥尻島をなぜ調査対象に設定したのか、あまり記憶していない。前年の富山県の調査とは異なり、担当教員が地域を決定したのではなく、学生たちの要望に基づくところが大きかったと思う。学生たちの頭にあったのは、北海道南西沖地震(1993.7.12)から 15 年がたち、どのように復興(地域再生プロジェクト)が進んでいるのか、そして観光地としてどうなのかを知りたいという気持ちが強かったからだと思われる。しかし、島内における足の確保が調査の最大のネックと考えられ、調査が上手く進むのか、心もとなかったのも事実である。もし、奥尻町産業建設課、水産・商工観光係主幹の木村氏(当時)がいなければ、首尾よくいかなかった調査であった。奥尻町役場での木村主幹による島内の概要説明から始まり、奥尻町あわび種苗育成センターの訪問、翌日の海上でのあわび育成現場の見学、震災の傷跡・復興の様子など島内

の至る所を巡り説明を伺い、あらゆる面で木村氏のご厚意に甘えての調査であった。学生たちの手による調査報告書を読むと、奥尻の特産物・あわびやうに、そして島の美しさが観光振興に大きく貢献すると捉えているが、島民は町の振興を積極的に考えるよりも生活に困らなければよい、程度にしか考えていないことを明らかにしている。この奥尻島調査には韓国からの二人の留学生も参加し、ゼミ生たちとの国際交流も素晴らしいものであった。付け加えるなら「奥尻ワイン」をはじめて知ったのもこの調査によるものであった。

14. 2011 年度の群馬県調査

群馬県調査の主旨はどのようなものであったのかを、学生たちが書いた報告書から抜粋した。「明治政府による殖産興業政策のひとつとして推進された群馬県の製糸産業は、国内の近代化を進める一方で外貨獲得産業としても日本の発展を支えてきた。しかし、戦後、高度経済成長以降の社会変化は絹産業の衰退をもたらし、群馬県といえどもその流れと無縁ではなかった。そのような中にあっても群馬県のまち、文化景観を作ってきた絹産業の基盤である養蚕農家・製糸工場・織物製造会社のいくつかは、現在でも製造を続けており¹、また新たな取組みを行っている。そこで実際に群馬県を訪ね、絹産業の今を伝えるべく調査を行った」。そして「富岡製糸場が、2007年に世界遺産暫定リスト入りを果たしてから、絹産業という産業遺産を使った観光地づくり、まちづくりの在り方も考察する」と言うものであった。

「群馬県の絹産業および産業遺産についての調査」というテーマで、9月29日～10月2日調査を実施した。この年も3グループに分かれ「養蚕農家と製糸工場」「桐生市が誇る絹産業」「絹からなる富岡市」というサブテーマが設定され調査がなされた。

高崎市に宿泊しながら前橋市、桐生市、富岡市、碓氷安中と互いに離れた地域での調査になった。今回の調査では、富岡製糸場の世界遺産登録に向けて、富岡市の商店街の取組みに関してのみアンケート調査を実施したが、他の2グループはヒアリングであった。とはいっても養蚕農家での話や碓氷製糸工場、後藤織物などの見学・説明は目や耳をくぎ付けにするものであった。

学生たちは絹産業が厳しい状況にあることは、調査を通してより一層理解し、また一方で絹産業界も努力をしていることを認識した。それを認めつつも

「衣料品業界全体で人々のシルク素材衣料品に対する意識改革を目指す」必要性や「(洋服における)純国産シルク製品ブランドを増やす」ことなどを提言している。

報告書が完成した後での学生たちの感想は、次の様なものであった。調査に向けて日本の製糸産業について1冊の本を輪読したが、その時はなんてつまらないのだろうと思った。富岡製糸場が世界遺産の登録に向けて何かやっているらしいが、それにもあまり関心がなかった。しかし、実際に調査をやって、製糸産業の全過程を目の当たりにすると、絹製品(衣料品)に対する考え方も変わり、富岡製糸場の意義も理解するようになったという。もっともっと絹製品の素晴らしさを理解し、若者自体が絹製品を購入していくことが必要なのだと。それは担当教員といえども製糸産業や絹製品に対する捉え方は調査を通して確実に変わったと思う。

15. 専門ゼミでの調査実習

3年生以外にも2年の専門ゼミ、1年の基礎ゼミ、そして大学院の学生ともフィールドに出て調査をしている。

専門ゼミでは1992年に芦別市で行なったテーマパーク・カナディアンワールドと芦別市の観光振興についての調査から始まって、翌年も登別市で同様にテーマパーク調査を行い、マリノパークニクス、伊達時代村、天華園(現在廃業)において来客者に対してアンケート調査を実施した。その後、2000年代に入るまで専門ゼミでの調査はしていない。2003年の富良野市での街づくりの調査からは、旭川の商店街調査、千歳アウトレットモール・レラの調査、帯広市での「お菓子のマーケティングについて学ぶ」、札幌のデパート調査、小樽水族館のマーケティング、帯広市の「北海道唯一の地場資本・藤丸デパートの経営を学ぶ」、そして2012年に京極町において「ミネラル・ウォータービジネスについての調査」というように、観光調査ではなく、消費者目線で企業のマーケティング活動を勉強するというフィールドワークを行ってきた。2000年代では、2008年に伊達市で行なった「伊達市の観光と環境についての調査」だけが、唯一観光にかかわったものであった。

専門ゼミでの調査経験が、商学調査実習実施において、学生たちに何がしかの効果があったと言えるのかどうか、という点については、効果がある年度とそうでない年度があったと感じている。

¹ 養蚕・製糸・織物という過程を一貫して行える場所は日本では群馬県のみである

III. 学生たちとの調査実習を振り返って

室蘭調査の新聞記事からも分かるように、商学部
の取組みは時代の先端を行っていたと言えよう。いまや、どこの大学でも地域と連携し地域貢献を謳い
文句とした教育を掲げるが、商学部・経営学部では
25 年以上に亘って、ぶれることなく調査を通して学
生を育み、また地域に何がしかの貢献をしてきたと
感じている。

学生たちと最初に調査を始めたのは、1990 年の函
館の観光調査であった。ゼミ活動の一環としての調
査であり、調査場所を学生たちとの相談で決定した。
多くの学生たちが函館に行きたいというので決まっ
たに過ぎない。何を調査するのか、調査の目的もはっ
きりしないで調査場所を決めたのであるから、調査
の邪道を行っていたのである。しかし、学生たちが
函館に行きたいと、なぜ決めたのかを考えると、や
ることははっきりしている。当時函館は観光で脚光
を浴びてきていたのである。観光をしたいのである。
であれば、函館での観光調査が目的となったのは火
を見るよりも明らかである。

このようにして筆者の調査実習ははじまり、そし
て主に観光を取上げて調査するようになった。あれ
から 20 年以上が経つ。最初にヒアリングをした相手
を良く覚えている。当時の函館空港長であった北澤
氏である。函館空港のジェット化で観光客が増えて
いるのではないかと考え、空港でのアンケート調査
及びお話を伺いたいと函館に着いてから突然電話を
かけたのである。それはもちろん駄目もとである。
北澤空港長は観光に関心が強く、函館観光について
熱く語ってくれたのが印象に残っている。あれから
何人かの人に電話をし、依頼文や礼状を書き、お目
にかかったであろうか。定かではない。たくさんの方
々のお力添え・助言により学生も私も勉強をさせて
もらい育てられ、考える幅が広がってきたと思っ
ている。

今回、学生たちとの調査を振り返るに当たり、ゼ
ミ論集や調査報告書を読み返した。1990 年代の学
生たちは、筆者に随分と叱られたと思う。単純集計
なら誰でもできる。データをどう読むのか、それを
議論するのがゼミだ、と随分と言っていたような
気がする。いま読み返すと「ちゃんと出来ていた
じゃない」とほめ言葉になってしまう。それだけ
ではなく、学生たちは調査地点の様子も彼らなりに
良く見ていたと思われるほど、アンケートのデー
タ分析・考察が現地の状況にあっていたりする。そ
して提言も若者らしい視点でなされている。

2011 年度～2013 年度は企業を訪問してのヒア
リングが中心であった。実質 2 日半から 3 日で 7 社、
6 社を廻ってお話を伺い、工場見学までこなすのは
結構きついものであった。1990 年代に学生生活
を送ったゼミ生と 2010 年代の学生気質には大きな
違いがあることは、いやがうえにも認識させられて
いる。それを踏まえての調査であった。学生たちに
会社勤めとはどういうことなのか、労働するとい
うことはどういうことなのか、少しでも分かって
欲しいという思いで実施してきた。学生の心のな
かに何か感じるものが生まれたのなら私の疲れも
一遍に吹き飛んでいくが。

最後に、調査実習に参加したゼミ生たちが学
生時代をふり返った時に、調査実習は意義深い、
有益なものであったと感じてくれることを願
って止まない。

(みつたけ みゆき 消費者行動論)

(まとめるにあたって御協力をいただいた調査実
習担当の先生方に感謝を申し上げます。又、調
査についての見解は、担当者全員の共通見解で
はなく、筆者個人のものであることを申し添
えます。)